



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

STRATEGI MARKETING PARTAI PERSATUAN INDONESIA (PERINDO) DALAM MENGHADAPI PEMILU TAHUN 2019 (STUDI KASUS DI PROVINSI ACEH)

ABSTRACT

ABSTRAK

MUTIARA RAHMAH
2018

STRATEGI MARKETING PARTAI PERSATUAN INDONESIA (PERINDO) DALAM MENGHADAPI PEMILU TAHUN 2019. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Syiah Kuala (Maimun, MA)

Partai Persatuan Indonesia (Perindo) adalah Partai politik nasional baru yang akan mengikuti proses pemilu pada tahun 2019. Untuk itu dibutuhkan penyusunan strategi marketing oleh internal Partai Perindo DPW Aceh untuk dapat menjadi pemenang pada pemilu legislatif pada tahun 2019 di Aceh. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan marketing politik Partai Perindo sebagai partai politik baru dalam menghadapi pemilu legislatif tahun 2019 dan menjelaskan strategi Partai Perindo menghadapi verifikasi partai peserta pemilu legislatif tahun 2019 serta untuk menjelaskan upaya langkah-langkah perindo dalam memperkuat basis internal sebagai partai baru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Studi lapangan untuk memperoleh data primer yaitu dengan wawancara. Sedangkan penelitian kepustakaan untuk memperoleh data skunder berdasarkan buku-buku dan bacaan terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Partai Perindo DPW Aceh telah mempersiapkan strategi marketing dalam menghadapi Pemilu tahun 2019 yaitu melalui pendekatan kepada masyarakat Aceh melalui kearifan lokal, melakukan aksi nyata dengan menawarkan program kerja yang solutif untuk masyarakat Aceh terutama dalam bidang ekonomi, dalam hal penguatan internal partai perindo melakukan peningkatan kapasitas kader dengan sistem kaderisasi yang telah terstruktur guna memperkuat basis kader partai nya. Disarankan kepada Partai Perindo dalam menyikapi pemilih di Aceh agar dapat mengedepankan dialog dan sosialisasi kepada ulama, tokoh masyarakat, tokoh pemuda, tokoh adat yang di Aceh dengan harapan agar Partai Perindo dipilih dan didukung dalam jangka panjang oleh konstituen.

Kata Kunci : Marketing, Pemilu.

MUTIARA RAHMAH
2018

The Marketing Strategy of The United Indonesian Party (PERINDO) in Facing of The 2019 General Election.
Faculty of Social Science and Political Science of Syiah Kuala University (Maimun, MA)

The United Indonesian Party (PERINDO) is a new national political party that will face general election process in 2019. Therefore, an arrangement of marketing strategy is needed by the internal of The United Indonesian Party (PERINDO) based in Aceh to be able to be the winner in legislative general election in 2019 in Aceh. The purpose of this research were to clarify political marketing of The United Indonesian Party (PERINDO) as a new political party in facing legislative general election in 2019, to clarify the strategy of The United Indonesian Party (PERINDO) in facing verification of party participating in legislative general election in 2019, and to clarify the efforts and steps done by The United Indonesian Party (PERINDO) in strengthening the internal basis as a new party. The method used in this research was qualitative research with descriptive approach. The technique of data collection used were field research and library research. The field research was for obtaining primary data which was done by doing interview



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

while library research was for obtaining secondary data based on books and related readings. The result of this research showed that The United Indonesian Party (PERINDO) based in Aceh has drawn up marketing strategy in facing general election in 2019 by approaching Acehnese society through local wisdom, doing real action by offering working program for Acehnese society particularly in economic sector. In strengthening the internal, The United Indonesian Party (PERINDO) increases its cadre's capacity with cadre system which has been organized in order to strengthen its party's cadre basis. In responding the voters in Aceh, it is suggested to The United Indonesian Party (PERINDO) that it has to put forward the dialog and socialization to ulama, community leaders, youth leaders, and traditional leaders in Aceh with a hope that The United Indonesian Party (PERINDO) will be elected and supported in the long term by constituents.

Keywords: Marketing, General Election

ABSTRAK